

нічае правільнаму выбару адэкватных сродкаў выражэння ў працэсе камунікаці, дазваляе вырашыць праблему камунікатыўнай мэтазгоднасці выкарыстання тых ці іншых моўных адзінак у пэўным кантэксце.

Неабходна падкрэсліць, што камунікацыя паміж людзьмі ўвогуле і моўная камунікацыя ў прыватнасці падпарадкоўваюцца тым канвенцыям (умоўнасцям), якія прыняты ў пэўнай этнічнай культуры ці ў пэўным сацыяльным калектыве ў пэўную гістарычную эпоху. Адсюль вынікае, што аднаго ведання сістэмы той ці іншай мовы, яе фаналагічных, граматычных і лексічных правіл недастаткова для таго каб добра размаўляць на гэтай мове. Для паспяховай моўнай зносін неабходны грунтоўныя веды з галіны этналінгвістыкі і сацыялінгвістыкі. Іншымі словамі, ад чалавека, які жадае паспяхова кантактаваць з носьбітамі той ці іншай мовы, патрабуецца ўменне ўжывацца ў менталітэт пэўнага народа.

Мова не проста замкнутая ў сабе сістэма знакаў. Гэта сістэма правіл камунікатыўных паводзін чалавека ва ўмовах пэўнай культуры і соцыума.

Калі мець на ўвазе мову як своеасаблівы, а імяна камунікатыўны і — больш вузкая — вербальны спосаб чалавечых паводзін, то патрэбна ўлічваць выключную здольнасць кожнай канкрэтнай мовы прыстасоўвацца да разнастайных жыццёвых сітуацый. У сувязі з гэтым так цяжка пазнаць сваю мову і непамерна цяжэй пазнаць мову чужую. З улікам усяго сказанага вышэй зразумела, чаму ўзнік выраз «Мова бясконца, і вывучыць яе немагчыма».

Сацыяльны заказ сучаснага грамадства — навучыць чалавека свабодна валодаць роднай мовай, а таксама замежнымі ва ўсіх сферах іх прымянення. Каб выканаць гэты заказ, патрэбны вялікія намаганні ўсіх тых, хто зацікаўлены ў гэтым.

Е.В. Коршук
Белорусский государственный
университет (г. Минск)

АНАЛИЗ СОБСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ОСНОВНОЙ КОМПОНЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Со значительной задержкой, спустя почти 10 лет после введения специальности «Межкультурная коммуникация» в Москве и несколько десятилетий — в мире, в Беларуси наконец появились такие спецкурсы и специализация.

2. Без понимания собственной культуры, восприятия ее специфических черт, свойственных ей коммуникативных моделей невозможно формирование межкультурной коммуникативной компетенции, т.е. умения эффективно и адекватно общаться в условиях межкультурного общения.

3. Одной из задач курсов межкультурной коммуникации является формирование знаний о собственной культуре обучаемых. Для Беларуси задача эта осложняется небольшим количеством информации по проблеме. Можно назвать очень малое количество авторов, пишущих о белорус-

ской культуре — В.Кириенко, О.Абрамова, Н.Ефимова, Е. Коршук. Весьма редко можно встретить материалы и в международной литературе.

4. Этот недостаток можно компенсировать, используя сопоставительные методики, применяя данные по другим культурам.

5. Один из путей, представившийся БГУ — анализ национального профиля культуры по анкете Р.Льюиса. Ответ на вопросы анкеты позволяет структурировать знания студентов о собственной культуре, анализировать ее характеристики, сопоставлять с другими коммуникативными моделями.

6. Как показывает практика, достаточно эффективно также использование образовательных игр, популярных в мире межкультурных тренеров (особенно в области международного бизнеса). Одна из таких методик — Cultural Detective. Студенты знакомятся с ценностями определенной культуры, описывают ситуации межкультурного конфликта — а беспристрастное описание весьма непросто, — оценивают поведение участников с учетом культурных ценностей. На завершающем этапе студенты дают рекомендации по разрешению и предотвращению подобных проблем.

Несмотря на то, что на сегодняшний день не существует Cultural Detective-Беларусь, значимость таких упражнений для формирования знаний собственной культуры состоит в том, что ситуация экстраполируется на культуру студентов.

Т.Г. Лавринович
Бобруйский филиал Белорусского
государственного экономического
университет (г. Бобруйск)

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ УМЕНИЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

Владение иностранным языком в Республике Беларусь рассматривается как важнейший фактор социально-экономического, научно-технического и культурного прогресса. В настоящее время нужным и важным для выпускников экономических вузов является не только высокий уровень иноязычных навыков и умений, но и способность устанавливать межличностные контакты в профессиональной и межкультурной сфере, моделировать свое речевое поведение, слушать и слышать собеседника и активно воздействовать на него. Изучение языка бизнес-коммуникации и его межкультурных аспектов является одной из приоритетных задач в профессиональной подготовке будущих деловых людей.

Рассматривая сущность и задачи международной бизнес-коммуникации, необходимо, прежде всего, остановиться на изучении на межпредметной основе рекламы в широком смысле слова (включая «public relations»), а также на установлении связей и контактов, участвуя в ярмарках, переговорах, презентациях и т.д.

Опыт показывает, что для более эффективной организации процесса формирования умений межкультурной бизнес-коммуникации методичес-